



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK DJARUM KING FILTER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan oleh:
M. CHAERUL UMAM
201811244

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK DJARUM KING FILTER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh:
M. CHAERUL UMAM
201811244

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

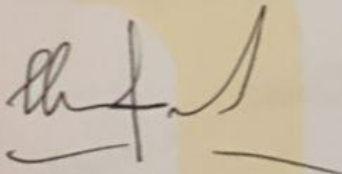
**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ROKOK DJARUM KING FILTER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : M. Chaerul Umam
NIM : 201811244
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

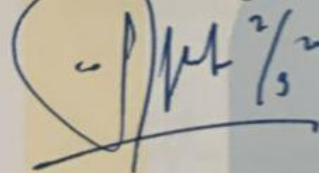
Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ROKOK DJARUM KING FILTER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : M. Chaerul Umam
NIM : 201811244
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

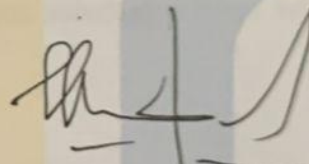
Mengetahui

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)
NIDN. 0618066201

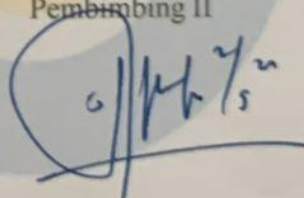
Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."

Q.S Al Baqarah: 286

"Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia."

HR. Bukhari

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materi. Tidak lupa saudara serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan tiada hentinya untuk keberhasilan saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang sangat besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ROKOK DJARUM KING FILTER (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”** Skripsi ini disusun oleh penulis guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan program S1 Program Studi Manajemen pada Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini ada pihak di belakang penulis yang senantiasa memberikan pengarahan, bantuan, bimbingan, dan semangat untuk tetap berjuang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan selama menempuh perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus .
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM. selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Faridhatun Faidah, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga besar tercinta yang selalu mendukungku dan memberikan semangat semuanya saudara-saudara tersayang yang telah memberikan dukungan yang tiada terkira.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Kudus,

M. Chaerul Umam

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ROKOK DJARUM KING FILTER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

M. Chaerul Umam
201811244

Dosen Pembimbing: 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
2. Faridhatun Faidah, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *brand image* dan *peronal selling* terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 120 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model*. Hasil penelitian menyatakan bahwa *brand image* dan *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Personal selling* dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERSONAL SELLING ON
PURCHASING DECISIONS AND ITS IMPACT ON CONSUMER
LOYALTY OF DJARUM KING FILTER CIGARETTES
(CASE STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS
AND BUSINESS UNIVERITAS MURIA KUDUS)**

M. Chaerul Umam
201811244

Advisor: 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
2. Faridhatun Faidah, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image and personal selling on consumer loyalty with purchasing decisions as an intervening variable. This research data uses primary data in the form of a questionnaire. The sample determination method used a purposive sampling method, so that a sample of 120 respondents was obtained. The data analysis used in this research is a structural equation model. The research results state that brand image and personal selling have a positive and significant effect on purchasing decisions. Personal selling and purchasing decisions have a positive and significant effect on consumer loyalty, while brand image has no effect on consumer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Personal Selling, Purchasing Decisions, Consumer Loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Loyalitas Konsumen	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.4 <i>Personal Selling</i>	18
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.5 Hipotesis	30

	Halaman
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.5 Pengumpulan Data.....	36
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.7 Pengolahan Data.....	37
3.8 Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.4 Hasil Analisis Data	55
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	55
4.4.2 Hasil Asumsi SEM.....	56
4.4.3 Analisis Konfirmatori	57
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	65
4.4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.4.6 Hasil Uji Mediasi	68
4.5 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Djarum periode 2023.....	3
Tabel 1.2 Data Domestic Brands Rokok Djarum	4
Tabel 3.1 Uji Goodness of Fit	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Variabel <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4.4 Variabel <i>Personal Selling</i>	52
Tabel 4.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.6 Variabel Loyalitas Konsumen.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Evaluasi Outliers	58
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Measurement</i>	59
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Measurement</i>	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Faktor Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	61
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Structural Equation Model</i>	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Structural Equation Model</i>	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Konfirmatori <i>Structural Equation Model</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Mediasi	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Rokok Djarum King Filter	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	59
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	60
Gambar 4.3 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Structural Equation Model</i>	62
Gambar 4.4 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Structural Equation Model</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuesioner	82
Lampiran 2 Tabulasi	88
Lampiran 3 Output AMOS	106

